

観光産業を支える企業型ワーケーション

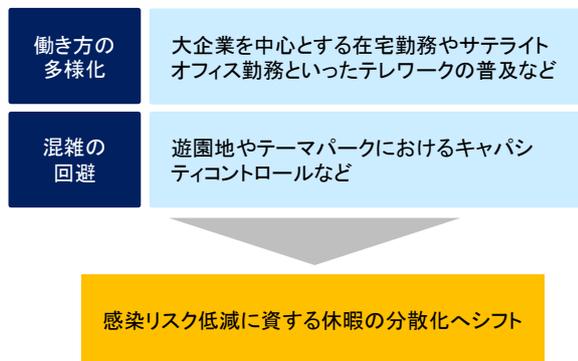
～コロナ禍の社会変化を踏まえた新たな需要の獲得に向けて～

産業調査ソリューション室 大津 智史、加藤 靖隆、八木 朝香

1. 新たな観光需要として期待が高まるワーケーション

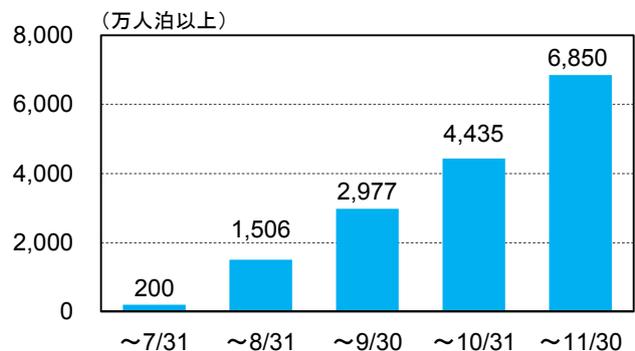
- ワーケーションとは、「テレワークを活用し、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う」ことである（観光庁 2020年7月27日の「観光戦略推進会議（第38回）」）。
- 新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）による働き方の多様化や混雑の回避といった社会変化を受け、政府は、感染リスクの低減に資する休暇の分散化に取り組むべきとの考え方を示した（図表1-1）。その取り組みを進める具体的な手段の1つとして提示されたのが、ワーケーションである。観光業界は、ワーケーションが新たな観光需要を創出する可能性があるとして期待を寄せている。
- 緊急事態宣言の解除や全国的な移動自粛の緩和に加え、Go To トラベル事業などにより、観光地への客足は徐々に戻ってきた（図表1-2）。しかし足元では、首都圏を中心に新型コロナの感染拡大に歯止めがきかず、再び緊急事態宣言が発令される事態となり、感染拡大前のような需要回復を見通すことが難しくなった。また今後も、今回のように観光需要が大幅に減少する事態が、発生しないとも限らない。観光業界では、これまでの一般的な観光客とは異なるターゲット層へのアプローチにより、継続的に観光需要を確保していく必要がある（図表1-3）。
- ワーケーションは、これまでフリーランスや一部の企業によるものが中心で、観光産業への波及効果は極めて限定的であった。本稿では、送り手となる企業、受け手となる地域、宿泊事業者、それぞれの視点で取り組みを整理し、企業が経営課題として主体的に取り組むワーケーション（本稿において、「企業型ワーケーション」と定義する）の普及によって、観光産業・観光地における1つの成長シナリオを考察する。

図表1-1 新型コロナがもたらす社会変化



（備考）日本政策投資銀行作成

図表1-2 Go Toトラベル事業利用宿泊数の推移



（備考）1.観光庁公表資料により日本政策投資銀行作成
2.2020年7月22日からの累計値。一部推計値を含む。事後還付分（7/22～8/31）については、日数に応じて7月と8月に按分

図表1-3 観光産業における顧客ターゲットの拡張

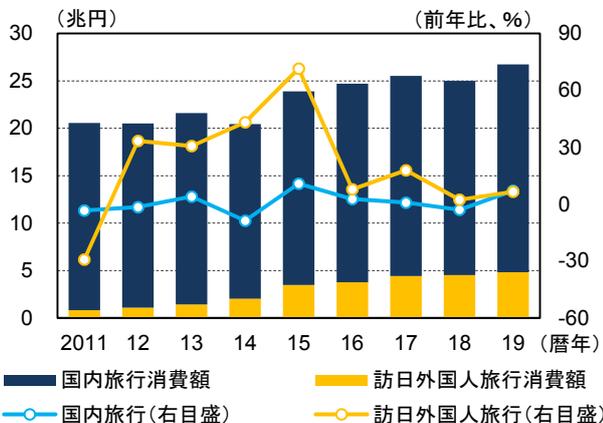


（備考）日本政策投資銀行作成

2. 日本の観光産業の動向とその課題

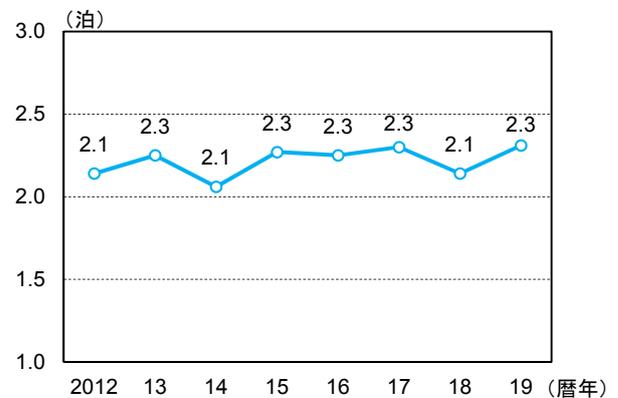
- 観光産業は裾野の広い産業と言われており、国内経済の原動力とすべく、政府は観光立国の実現に向けて様々な施策を牽引してきた。特にインバウンド誘致に力点を置き、その受入環境の整備などに取り組んできた結果、2011年に8,135億円だった訪日外国人旅行消費額は、2019年にはその約6倍の4兆8,135億円にまで増加した(図表2-1)。しかし、新型コロナの感染拡大の影響により、世界各国の海外渡航制限措置などが取られ、日本におけるインバウンド需要はほぼ消失した。
- もともと、日本の観光産業にとっては、今もなお国内旅行需要が収入の源泉であると言える。2019年の旅行消費額は、総額約27兆円のうち、宿泊と日帰りを含む国内旅行消費額が21兆9,312億円と約8割を占めていることが分かる。ただし、消費額はこれまでほぼ横ばいで推移しており、国内旅行は一定の需要を維持しつつも、伸び悩みが顕在化している(図表2-1)。
- その背景には、日本の長年に渡る観光産業の課題として、短期間滞在に加え、ゴールデンウィークやお盆休みを始めとする大型連休における、休暇の一斉取得が挙げられる。国内宿泊観光旅行の宿泊数は、例年2泊程度で推移しているほか、宿泊施設の客室稼働率から、いわゆるハイシーズンとローシーズンといった季節的な繁閑差が生じていることが分かる(図表2-2、2-3)。
- 人々の移動自粛によって、瞬く間に需要低迷を引き起こした新型コロナは、観光産業の脆弱性を浮き彫りにしたと言える。そのため、今後は継続的な収益モデルの構築が必要となろう。その際に注目すべきは、これまで観光産業を支えてきた国内旅行市場である。新型コロナにより生まれた社会変化を受け、休暇の一斉取得から分散取得へシフトする取り組みにより、新たな需要を掘り起こし、国内旅行の市場規模の拡大に取り組んでいくべきである(図表2-4)。
- こうした取り組みを進める上では、コロナ禍での社会変化を確実なものにするべく、企業における働き方の見直しにも焦点を当てていく必要がある。次項では、日本企業の足元の労働環境について整理する。

図表2-1 旅行消費額の推移



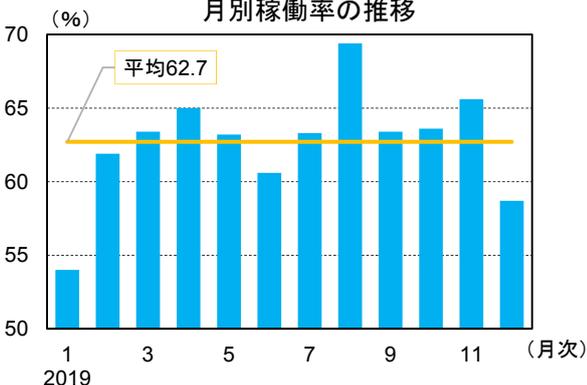
(備考)観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」により日本政策投資銀行作成

図表2-2 国内宿泊観光旅行宿泊数の推移



(備考)観光庁「観光白書」により日本政策投資銀行作成

図表2-3 宿泊施設における月別稼働率の推移



(備考)観光庁「宿泊旅行統計調査」により日本政策投資銀行作成

図表2-4 国内旅行市場規模の拡大に向けて

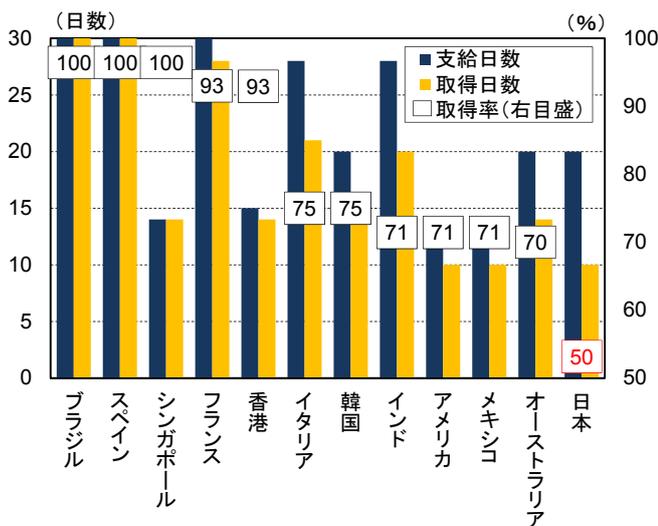


(備考)日本政策投資銀行作成

3. 日本企業の労働環境

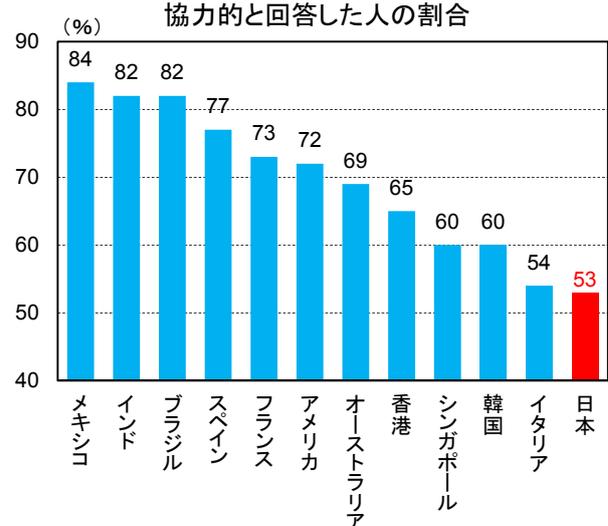
- 日本は、有給休暇の取得率が50%と先進国内で比しても低い(図表3-1)。「みんなに迷惑がかかる」、「後で多忙になるから」というように仕事への影響を考慮していることや、上司が有給休暇の取得に非協力的であることなどが理由として考えられる(図表3-2)。
- このような状況を鑑み、2018年に「働き方改革関連法案」が成立し、2019年4月に有給休暇取得が義務付けられた。この法案は、「事業者は対象となる労働者に対し、1年で5日以上の有給休暇を取得させる」こととしている。本法案を受け、「有給休暇が取りやすくなった」と答えた人は74%にのぼり、取得しやすい気運の醸成には成功しているものの、有給休暇の取得日数については前年比で「変わらない」と答えた人が69%の割合を占めるなど、休みたくても休めないという状況は、依然として続いていると思われる。(図表3-3)。
- 企業側としても、持続的な成長を目指す上で休暇の取得率向上を含めた労働環境の改善は、重要な経営課題である。労働環境の良し悪しは、働き手にとって企業を選ぶ重要な指標であり、人手不足が深刻な昨今、企業側が環境の改善を図ることは、優秀な人材を獲得する上では欠かせない取り組みである。しかし、目の前の事業運営に手一杯で中々手が回らない事業者が多いのも現状であろう。
- コロナ禍は、多くの企業において改めて自社の働き方を見直すタイミングとなった。例えば、労働者を企業間でシェアする、雇用シェアリングの話なども新しい雇用のあり方として象徴的である。今後も労働者と企業双方にとって有益な労働環境を維持し、持続的な企業運営を推進していくため、新たな切り口で働き方を再定義する動きが出てくるであろう。観光業界は、その中の1つであるワーケーションに注目している(図表3-4)。

図表3-1 日本人の有給休暇取得率



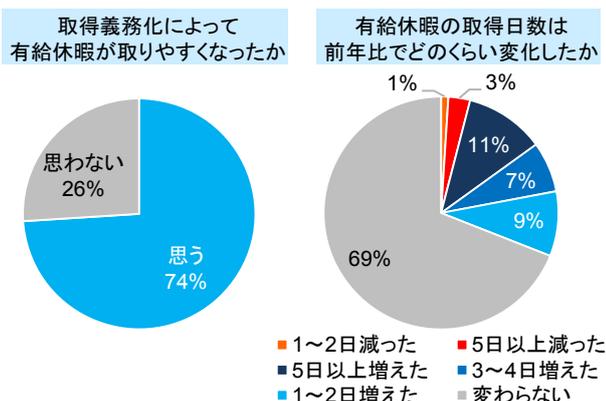
(備考) エクスぺディア「世界19ヶ国 有給休暇・国際比較調査2019」により日本政策投資銀行作成

図表3-2 上司が有給休暇の取得に協力的と回答した人の割合



(備考) エクスぺディア「世界19ヶ国 有給休暇・国際比較調査2019」により日本政策投資銀行作成

図表3-3 有給休暇取得に対して感じるハードル



(備考) エクスぺディア「有給休暇取得義務化に関する調査」(2019年)により日本政策投資銀行作成

図表3-4 働き方を再考する企業の例

パナソニック	雇用シェアリング	航空や旅行、ホテル業界などからの出向者を募集する。兵庫県の淡路島にあるパナソニックのオフィスで働いてもらい、営業や人事などを任せる
ブリヂストン	評価制度見直しおよびジョブ型採用の導入	執行役員制度を廃止し経営層を減らすほか、スキルや職務を明確にする「ジョブ型」の雇用を一部で導入。年功序列や一律型の評価制度を見直す
ヤフー	副業人材活用	他社で働く人材を籍を置いたまま雇う。新規サービスの企画立案など、高いスキルを持つ人材を想定し、2020年9月末までに100人強と業務委託契約を結ぶ

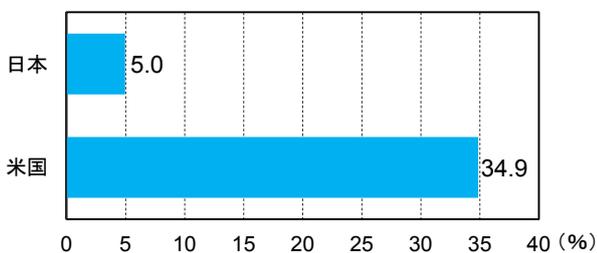
(備考) 各種報道資料より日本政策投資銀行作成

4. 目指すべきワーケーションの方向性

- ワーケーションは元々、米国発祥とされているが、日本では一般的に認知されてから日が浅く、社会で普及しているとは言いがたい。フリーランスの定義や統計手法にもよるが、米国では労働力人口全体の35%に当たる約5,700万人がフリーランスとして働いているというデータもあり、個人の裁量による働き方が一定程度浸透していたと言える。一方で日本の場合は、労働力人口の5%に当たる約340万人しかフリーランスは存在しない(図表4-1)。このため、社会全体への普及を目的とすることを鑑みれば、国内では「企業型ワーケーション」(以下、ワーケーションという表記は、すべて「企業型ワーケーション」のことを言う)を推進していくべきであろう。
- 一方「日本国際観光学会論文集」の中で、日本型ワーケーションという考え方がある。このうち「雇成型」は、長期の旅行など連続的に有給休暇を取得している間、特定の日や時間帯に限り仕事をし、有給休暇の取得促進に効果があるとされる「休暇活用型」、リゾートのサテライトオフィスや場所を特定しないテレワークにより、仕事と余暇の物理的・心理的距離が近くなる「日常埋込型」、リゾート地や温泉地などでミーティングや研修を行う「オフサイト会議・研修型」という3つに分類される。国内で推進すべきワーケーションを、この3つの分類に照らし合わせると、企業が有給休暇取得率の向上も含め働き方の見直しを図るという観点から「休暇活用型」「日常埋込型」の双方にまたがる位置づけと考える(図表4-2、4-3)。
- こうした枠組みを踏まえつつ、例えばJTBでは、年次有給休暇の取得促進や長期休暇によるワークライフバランスの充実などを目的に、従業員が休暇を利用して訪れたハワイでテレワークを行う制度として「ワーケーション・ハワイ」を開始している。またユニリーバ・ジャパンでは、従業員一人ひとりのウェルビーイング向上を図るとともに、滞在先で得た経験などを活かすことで新たなイノベーションやビジネスモデルを生み出すことを目的とする「地域 de WAA」※というワーケーション制度を導入している。
- ワーケーションの普及には、多様なステークホルダーがアクションを起こす必要があるが、次項以降では、中でも主要な役割を担う企業と地域、そして宿泊事業者に焦点を当てていく。

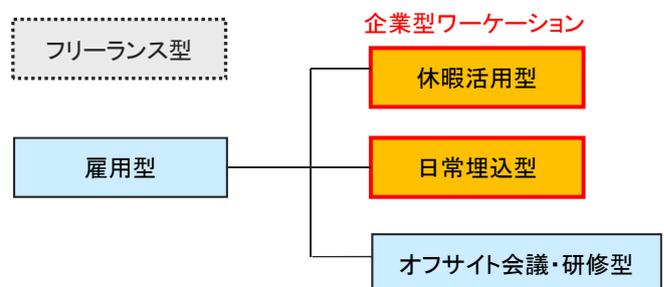
※2016年7月に導入したWAA(Work from Anywhere and Anytime)を活用したワーケーション制度

図表4-1 日米のフリーランス人口割合(2019年)



(備考) 1.内閣府「政策課題分析シリーズ17」、総務省「労働力調査」、Upwork and Freelancers Union「Freelancing in America 2019」、U.S BUREAU LABOR STATISTICSにより日本政策投資銀行作成
2.2019年フリーランス人口を2019年労働力人口平均で割り算出

図表4-2 日本型ワーケーションの分類と企業型ワーケーションの位置づけ



(備考)「日本国際観光学会論文集」第27号(2020年3月発行)掲載論文『日本型ワーケーションの効果と課題 定義と分類、およびステークホルダーへの影響』により日本政策投資銀行作成

図表4-3 企業型ワーケーションのモデル

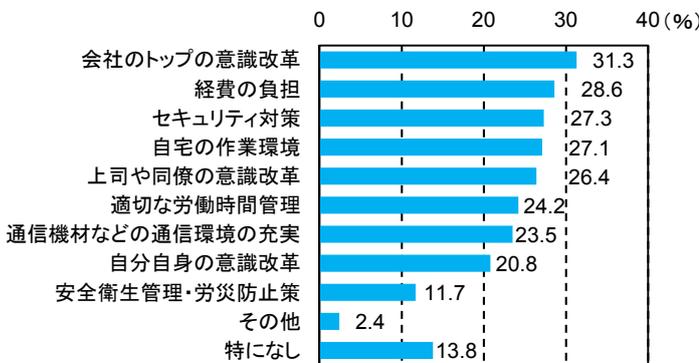


(備考)日本政策投資銀行作成

5. ワークーションの制度化にあたり企業が整理すべき3つのこと

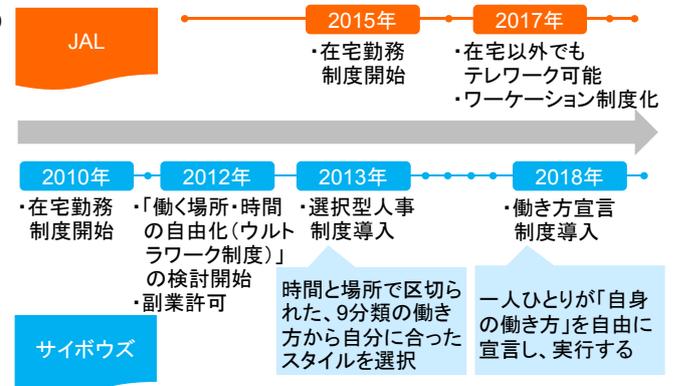
- 企業にとって、ワークーションの制度化はハードルが高い。まず、前段で必要なテレワークの導入自体にも課題は多いのが現状である。そもそも企業は、人も仕事もオフィスという箱に物理的に集積し管理することで成り立ってきた。しかし、コロナ禍で半強制的に進展したテレワークは、メリットと同時にコミュニケーション・労務管理・環境整備における課題が改めて浮き彫りとなった(図表5-1)。
- このようにテレワークのメリットも本質的に見出せない企業も多く、一足飛びにワークーションの導入に踏み切る企業は、国内でもほとんど見受けられない。しかし、テレワークのメリットを明確に見出し、ワークーションに取り組んでいる企業も一部ある。例えば、JALは2015年4月から、生産性の高い職場の実現と総労働時間削減の目標達成を実現するために在宅勤務制度を導入している。当初は、自宅での勤務のみを認めていたが、2017年4月からは自宅以外の場所でも勤務可能に変更し、ワークーションも2017年7月から制度化した。また、サイボウズでは離職率が28%と過去最高を記録した2005年以降、組織や評価制度を見直し、テレワークも活用したワークライフバランスに配慮した制度などの導入を進めた。現在は離職率が低下し、採用・教育のコストが抑えられるようになったという。場所にとらわれない働き方が可能なので、事実上ワークーションに取り組むこともできる(図表5-2)。
- 企業がワークーションの導入を推進する場合、3つの要素が重要であろう。まず1点目は、テレワークをはじめとした柔軟な働き方の導入・進展が、従業員エンゲージメントの向上、ひいては明確に事業成績の向上に資することを企業が経営課題として認識・明示し、各職場に落とし込めるかという点である。2点目としては、通信環境をはじめとするファシリティとそれに伴うセキュリティの整備、そして3点目は、導入する際のロードマップ作成である(図表5-3)。
- 3点目のロードマップ作成は、導入する職種や部署、時期を明確化することが必要となる。例えば新規事業部署や個人・顧客情報を扱わない内勤部署などは、業務の性質上ワークーションを利用しやすいだろう。利用した社員が得た成果を徐々に企業内へ浸透させ、他部署へ波及し広く利用されることが可能となるのではないだろうか(図表5-4)。

図表5-1 テレワークを継続する上での課題



(備考)日本労働組合総連合会「テレワークに関する調査2020」により
日本政策投資銀行作成

図表5-2 時系列で見る働き方改革の進展



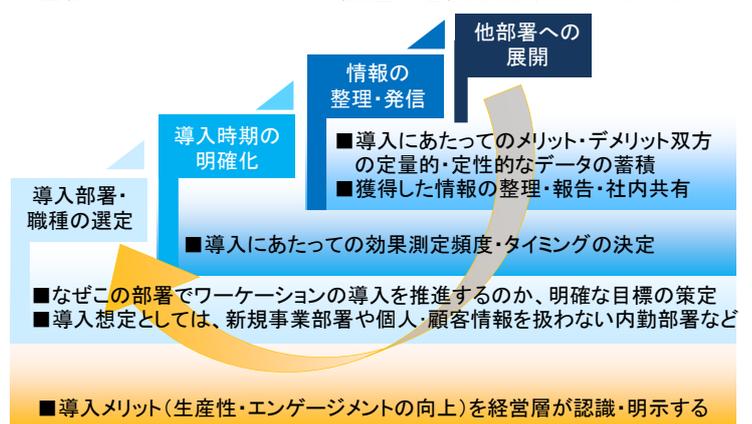
(備考)各種報道記事、日本航空・サイボウズHPより日本政策投資銀行作成

図表5-3 企業がワークーションの社内浸透に必要な3つのこと

経営課題として	柔軟な働き方の推進が、企業の安定的な雇用の確保および従業員の生産性・エンゲージメントの向上に明確に繋がることを定量的・定性的に認識し、評価制度もそれに見合ったものへ刷新する
ファシリティ整備	柔軟な働き方をいつでも、どこでも可能にする通信環境の整備と社内外手続きの電子化
導入ロードマップ	一足飛びに全社導入するのではなく、制度の導入に明確な意味があり、かつ勤務形態・業務内容を考慮して導入しやすい部署・職種を明示し、スケジュールも明確化する

(備考)日本政策投資銀行作成

図表5-4 ワークーションの浸透に必要な企業のロードマップ



(備考)日本政策投資銀行作成

6. ワークーション需要の取り込みに観光地が整理すべき3つのこと

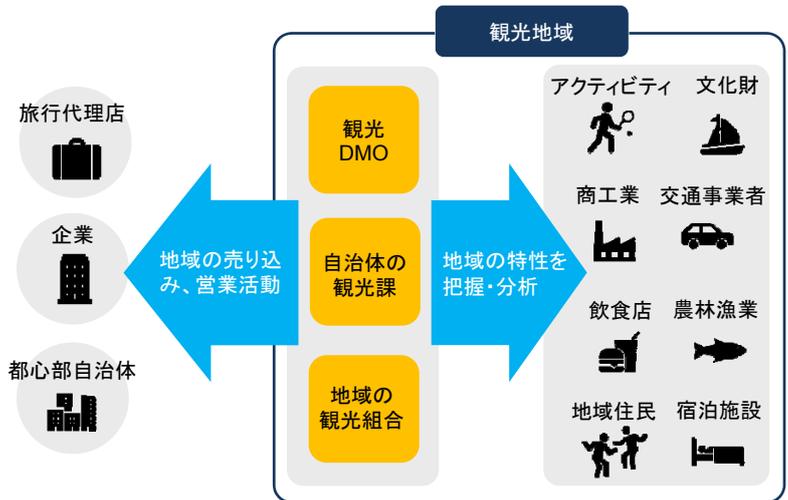
- ・ワークーションを見据えた労働環境の改善策は、閑散期の観光需要の創出に繋がり、観光産業の慢性的な課題を解決できる可能性がある。ワークーションの浸透によって、業務状況に縛られず自由に平日も旅行先に赴くことができるようになると、観光地も混雑せず、十分なサービスを提供できる可能性も高まる。
- ・各観光地では、こうしたワークーション需要をどのように喚起し、取り込んでいくのかを戦略的に考える必要がある。具体的には、アクセシビリティ、観光資源の再定義、能動的な営業体制の構築の3つが重要となる(図表6-1)。
- ・アクセシビリティについては、旅行者が自宅からストレスなく観光地までアクセスできることが望ましい。例えば、通勤路線沿・幹線道路・高速道路の近傍、空港に隣接していることなどが重要であろう。また、最寄駅から滞在先への気軽なアクセス環境として、タクシーやバスなどの地域交通の整備状況が発達していることも望ましい。効率の良い地域交通の構築・維持管理という観点では、将来的にMaaS(Mobility as a Service)の導入状況も、需要取り込みの重要な指標の一つになるかもしれない。
- ・観光資源の再定義については、既存の観光資源の特性を見つめ直し、ビジネス用途に向けてどう定義し直すかが重要である。併せて企業としてワークーションを従業員に推薦するのがなぜその地なのか、その地で従業員は何を獲得し企業にどう還元してもらうのかを明示する必要がある。そのプロセスを後押しする定義づけが可能な観光地では、ワークーション需要の取り込みが可能であろう。
- ・最後に、地域における能動的な営業体制の構築も重要である(図表6-2)。例えば和歌山県の南紀白浜や神奈川県箱根は、ワークーションのモデル地域として、企業の誘致や情報発信を続けている。これらの地域では、観光DMO・自治体の観光課・地域の観光組合が、それぞれの立場や役割を明確にして、ワークーションを始めとする観光施策を立案・実行し、外部団体・企業へ能動的に働きかけを行っており、「地域を経営する」という考えが浸透している(図表6-3)。ワークーションの需要喚起は、観光産業に関わりの薄かった企業の人事や経営方針に関係する部署といった分野への営業も必要になるため、これまで以上に営業体制を強化していかなければならない。

図表6-1 ワークーション導入に観光地が整理すべき3つのこと

<p>アクセシビリティ</p> 	<p>通勤路線沿・幹線道路・高速道路の近傍、空港の隣接していることなどが重要であり、タクシーやバスなどの地域交通の整備状況が成熟していることも望ましい</p>
<p>観光資源</p> 	<p>既存の観光資源をビジネス用途に向けてどう再定義するのか何を獲得し企業内で還元してもらうのかを明示する必要がある</p>
<p>能動的な営業体制の構築</p> 	<p>ステークホルダーが立場や役割を明確にして、観光施策立案・実行し、外部団体・企業へ能動的に働きかけを行い、「地域を経営する」という考えが浸透</p>

(備考)日本政策投資銀行作成

図表6-2 観光地におけるステークホルダーの役割



(備考)観光庁資料より日本政策投資銀行作成

図表6-3 ワークーション導入を進める各観光地の取り組み事例

観光地	取り組み内容
南紀白浜 (和歌山県)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 空港が観光DMO機能を有し、交流人口の呼び込み機能を強化 ■ 観光客に加え、ビジネス需要の創出によるビジネス客の呼び込み
箱根 (神奈川県)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光協会職員のほか、箱根町職員も構成員として加わり、官民一体で事業に取り組む。また旅行業界の大手企業から出向者3名を迎え、専門性の高い事業を展開 ■ 旅行消費額や延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率などの指標を設定し、継続的に測定を行い、年次の目標設定を行う

(備考)各種報道資料より日本政策投資銀行作成

7. ワークेशन利用者の視点で宿泊事業者が取り組むべき3つのこと

- ワークेशनの利用者が滞在拠点を宿泊施設に置くことを鑑みれば、利用者に快適な環境を提供するという点で、宿泊事業者が担う役割も非常に重要であると言える。そこで、宿泊事業者は利用客の目線に立った上で、受入側としてのファシリティ整備、客室の予約手続き簡素化、地域へのサポートの3点の取り組みが求められる(図表7-1)。
- まず、宿泊施設内のファシリティとして、通信環境の整備やOA機器などが調達されていることが望ましい。南紀白浜のある宿泊施設では、パソコンとプリンターのほか、電源やフリーWi-Fiが備わっているビジネスルームが設置されており、テレワークの環境が整っている(図表7-2)。一方で、例えばオープンスペースの場合は、周囲の目が気にかかり、テレビ会議などがしづらといった状況も想定される。そのため今後は、プライバシーやセキュリティが守られた個室タイプのワークスペースを確保することも求められるだろう。ファシリティについては、利用者を実際に受け入れていく中で、そのニーズを踏まえながら整備を進める必要がある。
- また、宿泊施設の予約手続きを簡素化するプラットフォームを構築することで、利用者が手軽に予約できる仕組みを作ることも効果的であろう。例えば三井不動産では、法人向けの多拠点型オフィスとしてサービス提供している「ワークスタイリング」により、スマートフォン専用アプリを通じて、シェアオフィスの予約や入退室管理などをスムーズに行える仕組みを構築している。こうした仕組みは、シェアオフィスに限らず、ワークेशनにおける宿泊施設の予約にも活用できるだろう(図表7-3)。宿泊事業者単独でのシステム構築が困難であれば、観光DMOなどがその役割を担っていくことも考えられる。なお、こうした仕組みを活用し、例えば閑散期に一定数の客室をサブスクリプションで法人に販売するビジネスは、期待が持てるかもしれない。
- さらに、利用者と接する機会が多い宿泊事業者としては、そのニーズを的確に捉えやすい立場にあると言える。そのため、地域全体を活性化させるという高い視座を持つことで、宿泊施設に留まらない近辺の消費拡大も見据えた魅力の発信がより一層必要である。ワークेशनの普及に向けて、地域の顔として直接利用者の声を聴きながら、率先して地域をサポートしていくスタンスが求められるであろう。

図表7-1 宿泊事業者が利用者の受入れに
当たり整理すべき3つのこと

	受入側としての ファシリティ整備	宿泊施設に応じた整備により、ワークेशन利用者に快適なテレワーク環境を提供
	客室の 予約手続き簡素化	施設利用時に都度決裁する必要はなく、スマートフォンで簡単に予約することが可能
	地域へのサポート	宿泊利用者との接触機会の活用により、利用者ニーズを踏まえた地域施策を積極的にバックアップ

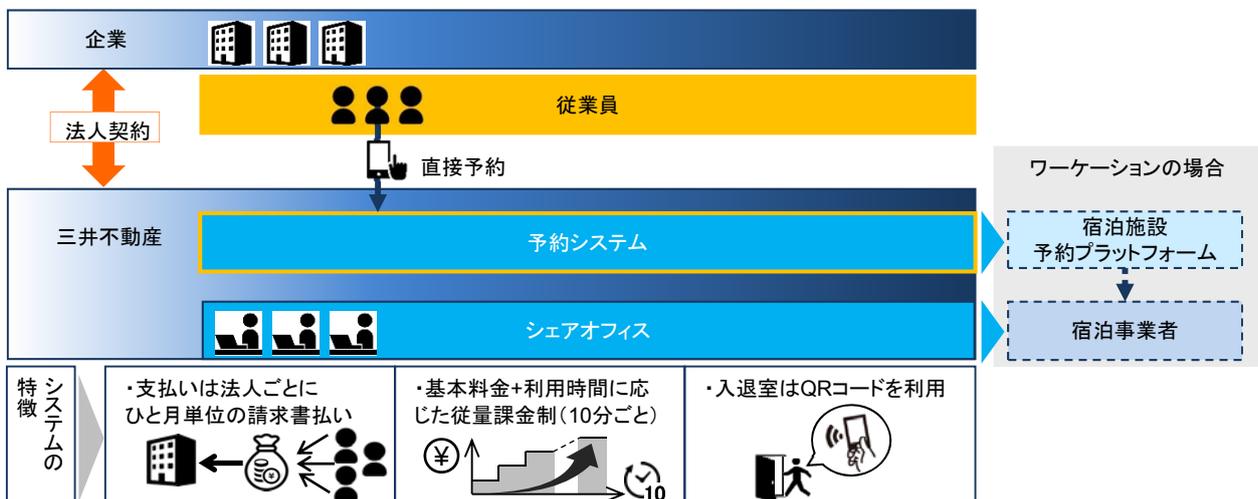
(備考)日本政策投資銀行作成

図表7-2 南紀白浜にあるホテル
のビジネスルーム



(備考)日本政策投資銀行撮影

図表7-3 三井不動産のシェアオフィス予約システム

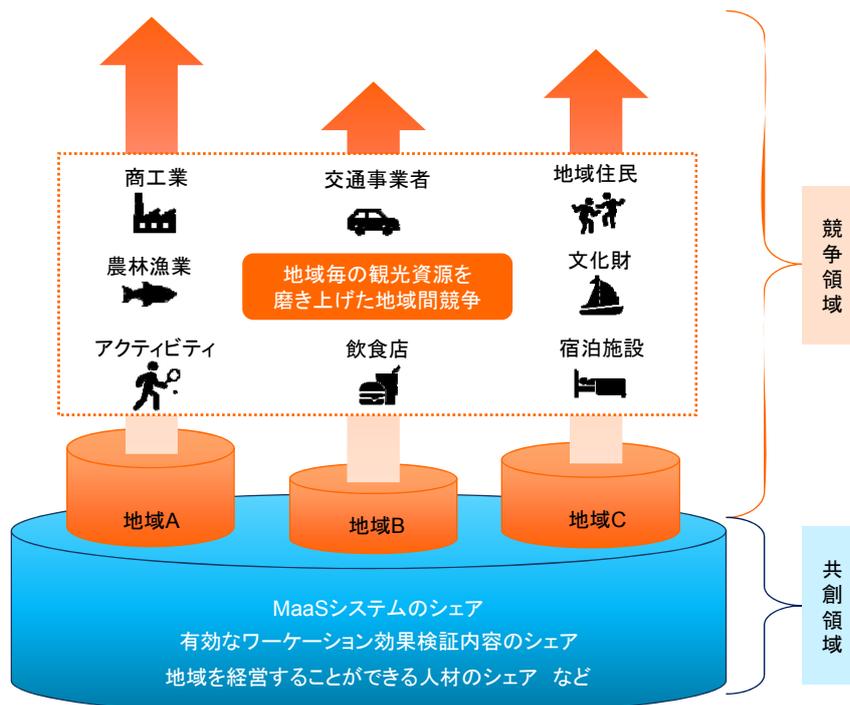


(備考)三井不動産HPIにより日本政策投資銀行作成

8. 地域が主導するワーケーションの普及に向けて

- ここまで、ワーケーションを取り巻くステークホルダーとして、送り手となる企業、受け皿となる地域、そして宿泊事業者の取り組むべき方向性を整理してきたが、ワーケーションの普及には、それぞれが有機的に機能しなければならないだろう。
- その際の旗振り役として、非常に重要な役割を果たす地域においては、先述の通り、アクセシビリティや観光資源などの受入体制を整え、送り手となる企業を動かしていく、これまでにない営業体制の構築が必要となる。ワーケーションの導入による企業価値向上は、成果が具体的に目に見えにくいことが難点である。この点を説明していくため、自治体などとの協力の下で定量的なデータを蓄積し、エビデンスを示していくことも重要であろう。例えばNTTデータ経営研究所、JTB、JALは、ワーケーションの効果検証を目的とした実証実験を行い、生産性や心身の健康にポジティブな効果があると公表した。今後、企業や自治体などと連携し、ワーケーションの科学的な効用研究を通じて、企業の生産性向上や従業員の健康、地域の活性化などに貢献していく動きがある。
- 地域創生が叫ばれて久しいが、深刻化する人口減少社会も相まって、その実現に向けて足踏みの状態が続いている。これまで地域は、観光という手段でプレゼンスを向上させ交流人口の増加を図ってきた。今回のコロナ禍は、観光産業に大きな打撃を与えた一方で、テレワークの普及を始め人々の日常生活に大きな変化をもたらした。地域は、これを危機ではなく機会として捉え直し、ワーケーションによって大きなターゲットを取り込むことができれば、地域活性化の後押しに繋げることができるだろう。
- 足元では、自治体もワーケーションに対する気運の高まりを見せている。例えば、2019年11月に65自治体(1道6県58市町村)により設立された「ワーケーション自治体協議会」では、ワーケーションの全国的な普及・促進を図る目的で、政府要望やモデル事業の実施など、様々な取り組みを精力的に行っている。2021年1月15日現在では、会員自治体が164(1道20県143市町村)に増加しており、その活動は全国的な広まりを見せている。こうした活動により、地域の垣根を越えてナレッジを共有し、ワーケーション需要の取り込みに向けた画一的なベースを構築すべきであろう。その上で、地域それぞれが持つ観光資源をワーケーション利用に資するよう独自に磨きをかけることで、地域間競争が働き、魅力が向上していくと考えられる(図表8-1)。
- ワケーションの普及は、一朝一夕に進むものではない。各ステークホルダーが、どのような目的を持って普及に向けた取り組みを進めていくべきか熟考するとともに、地域がイニシアチブを取ることに期待する。

図表8-1 地域間の連携による魅力の向上



(備考)日本政策投資銀行作成

©Development Bank of Japan Inc.2021

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。
本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

お問い合わせ先 株式会社日本政策投資銀行 産業調査部
Tel: 03-3244-1840
e-mail(産業調査部): report@dbj.jp